

El valor económico del patrimonio cultural: estrategias y medidas posibles para estimular la innovación social y los emprendimientos

David Barreiro¹ y Eva Parga-Dans²

Ponencia presentada en el Seminario Internacional “El Patrimonio Cultural: Un aporte al desarrollo endógeno”. Quito (Ecuador), 6-7 de Noviembre de 2013. Universidad Andina Simón Bolívar.

Introducción

El problema fundamental a la hora de reflexionar sobre el “valor económico del patrimonio” es la ambigüedad de la relación entre “patrimonio cultural” y “economía”. Muchos de los problemas detectados entre el patrimonio cultural y el desarrollo económico, en cualquier lugar, provienen de las condiciones sociales y culturales de partida (distribución del capital cultural), de la ausencia de una voluntad política estratégica y de la identificación de “desarrollo” con algo distinto a lo que, sustancialmente, debería ser. Igual que el patrimonio cultural tiene más valores aparte del económico, el desarrollo tiene más vertientes que la económica. Pero, tanto en un caso como en el otro, la dimensión económica (que es esencial al ser humano) es fundamental, y debe ser gestionada. No hay fórmulas mágicas, pero lo principal es tener una idea clara, una intención, una estrategia, un plan y la voluntad política de llevarlo a cabo. Todo lo demás son instrumentos y prácticas para ejecutar la idea, lo que no parece sencillo, desde luego.

De “estrategias y medidas” se infiere un sentido orientado y muy práctico: puede que todos acudamos a este seminario internacional con la intención de llevarnos de aquí algunas ideas precisas sobre qué estrategias y medidas son necesarias para seguir avanzando. En realidad, como hemos dicho, la estrategia es la que marca el camino y, por lo tanto, en su caracterización está la clave de qué entendemos por avance. Haremos nuestras propuestas, en este sentido, con la única idea clara de que el contexto estratégico en el que este seminario tiene lugar (el horizonte del Buen Vivir) es, a nuestro juicio y hasta donde conocemos, uno de los más avanzados en la actualidad. Aunque sólo sea por la visión histórica y crítica que el Plan Nacional para el Buen Vivir (PNBV) 2013-2017 (en adelante, SENPLADES, 2013) tiene hacia las propias evoluciones del país. Así como por la madurez y reflexividad que muestra al condicionar el progreso a la sostenibilidad y diversidad cultural, al fundamentarlo en las distintas variables de la vida social, no sólo (como suele ocurrir con los planes de desarrollo convencionales) en la económica. Esta madurez se refleja igualmente en la Agenda del Consejo Sectorial del Patrimonio (Agenda, 2011). Aun así, el PNBV tiene importantes desafíos, tal y como se evidencia a través del debate político y académico que ha suscitado (VV.AA., 2011), como es el compatibilizar algunos parámetros propios (¿y exclusivos?) del paradigma neoliberal (excelencia, eficiencia) con los criterios rectores del Buen Vivir (comunalismo, solidaridad, sostenibilidad).

Para volver al principio: cuando nos referimos a “valor económico” no nos estamos refiriendo ni a “precio” (por supuesto) ni siquiera a “valor de cambio”. Aunque en muchas de las actividades económicas que giran en torno al patrimonio cultural están implícitos el valor de cambio (también el de plusvalía) y el precio (pues existe todo un intercambio de mercancías y servicios necesarios para *trabajar* en patrimonio), como no podía ser de otra manera en un contexto de mercado capitalista (si existe alguna posibilidad al margen lo exploraremos más abajo). Esto no quiere decir que el patrimonio cultural, como entidad abstracta, tenga un precio (en realidad, las entidades patrimoniales que pueden llegar a tenerlo en el mercado legal –esto es, que pueden ser compradas y vendidas– son una parte mínima del conjunto de bienes patrimoniales de un país –por poner un límite político–). Pero sí que, como entidad abstracta o concreta, tiene un valor. Un valor económico que es *una dimensión más del valor de uso* de los bienes patrimoniales: porque genera actividad económica a su alrededor (es un *proceso*) y porque, en sí mismo, es un *producto* que se ofrece al usuario (esta relación habrá que explorarla y matizarla) y es un *factor* más de creación de valor económico. La clave está, en nuestra opinión, en que el valor económico esté adecuadamente dimensionado: por un lado, en un

¹ Instituto de Ciencias del Patrimonio (Incipit), Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC). Avenida de Vigo s/n 15704 Santiago de Compostela. david.barreiro@incipit.csic.es

² Investigadora colaboradora del Instituto de Ciencias del Patrimonio (Incipit), Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC). eva.parga-dans@incipit.csic.es

punto de equilibrio entre la preeminencia (riesgo de mercantilización) y el desconocimiento (ausencia de aprecio social); por otro lado, en armonía y proporción con los otros valores de uso del patrimonio.

En todo caso, el patrimonio cultural, su producción (no su creación originaria) y uso, participa de las características de las industrias culturales. Su frecuente asociación con el turismo, por ejemplo, es un resultado de su naturaleza (es o puede ser un recurso turístico), aunque no explica su naturaleza. Participa de las industrias culturales porque, aparte de ser materia, espacio o sensación que nos viene dado (nos pre-existe), es también todo el proceso o conjunto de procesos que tienen lugar en torno a él (empezando por el propio re-conocimiento: el patrimonio es el producto de un proceso de patrimonialización, de una identificación-apropiación), que lo significan, lo discuten, lo negocian, lo gestionan y lo proyectan hacia el futuro (Criado-Boado y Barreiro, 2013). Y esos procesos son creativos (en la ausencia de creatividad radican algunos de los problemas del patrimonio). Como tal industria, podemos hablar de que existe todo un sector de la economía vinculado, directa o indirectamente, a la existencia del patrimonio cultural, que trataremos de desentrañar en el apartado siguiente.

Economía del patrimonio: realidades

Los indicadores

En términos generales, los indicadores revelan la importancia ascendente del fenómeno cultural y de las empresas relacionadas con bienes simbólicos y su creciente participación en el empleo y la creación de valor (Florida, 2005), al menos hasta la llegada de la crisis económica. Así, durante el año 2006 el sector ocupó a 4,9 millones de personas, suponiendo un 2,4% del empleo total de la Unión Europea e implicando un 2,6% del PIB europeo (Eurostat, 2006). Sin embargo, estas cifras se reducen drásticamente para el año 2009, en el que se registra una ocupación de 3,6 millones de personas, el 1,7% de la población total empleada en la Unión Europea (Eurostat, 2011).

Para hacernos una idea más ajustada a un marco estatal, Greffe (2010:31-53) habla, para los años 2003-2004, de un porcentaje de ocupación del 2% en Francia en el sector del patrimonio. Este 2% incluye los empleos directos (43.880 personas que trabajan en monumentos y museos, principalmente), los empleos movilizados (42.714 personas que trabajan, directa –especialistas- o indirectamente –proveedores-, en la conservación y gestión del patrimonio), los empleos orientados al turismo cultural (un 17% del sector hostelero: 176.800) y los empleos inducidos (sectores culturales relacionados con el patrimonio, interfaz cultura-economía y oficios artesanales: 261.586). En total, 524.250 personas.

En el caso de España se registra una evolución similar a la europea. Hasta el año 2010 ha sido indudable el creciente peso relativo del sector cultural, ocupando el quinto lugar de Europa en negocio cultural y situándose entre los principales exportadores e importadores de bienes culturales del mundo (Rausell y Marco, 2011). Según datos de la Cuenta Satélite de la Cultura, las actividades culturales han supuesto una importante aportación al PIB, pasando de 19.833 millones de euros en el año 2000 a 29.753 millones en 2009, con un crecimiento medio anual del 4,6%. Según Alonso y Martín (2010:77-88) el gasto público en patrimonio histórico en 2007 fue de 1.687,5 millones de euros, un 0,16% del PIB y un 0,41% del gasto público. La demanda cultural agregada (añadiendo el consumo en turismo cultural a la inversión directa en patrimonio) sería de hasta un 5% del PIB. La tasa de retorno sería, por lo tanto, importante (26 euros por cada euro gastado).

Las cifras del Anuario de Estadísticas Culturales sitúan el gasto público en patrimonio en 945.864.000 € para el año 2003; cifra que asciende hasta los 1.384 millones de euros en 2008, momento en el que alcanzó su máximo histórico y en el que este techo comienza a descender paulatinamente. El último dato es 1.128 millones de euros en 2010, retrocediendo hasta niveles similares a los registrados durante el período 2005-2006.

En relación al mercado laboral, el Anuario de Estadísticas Culturales (2011) sitúa en el sector cultural a 103.320 empresas que dieron empleo a 488.700 personas, lo que supone un 2,7% del total del empleo en España. En relación a la tendencia, señalar que el empleo cultural en España ha seguido una trayectoria ascendente durante el período 2000-2010, alcanzando las 508.700 personas, para

posteriormente reducir esta cifra en 20.000 puestos de trabajo según los datos de 2011; no así el número de empresas, que en 2010 era de 103.134.

Un análisis superficial de estos datos permitiría concluir que las actividades culturales han venido representando una vía empresarial de futuro en la economía española y europea, y una fuente importante de empleo, aunque a partir del 2011, quizás como resultado de la crisis económica, los puestos de trabajo en este sector experimentan una drástica reducción.

Este diagnóstico parecería confirmar la visión más tradicional de la relación entre cultura y economía, que ve a la primera como un lujo, asumible en periodos de bonanza y prescindible en época de crisis (Graham y otros, 2000:154-5). Creemos que esto podría ser cierto cuando el modelo dominante es el de la sociedad de consumo (bien cultural como producto a consumir), y cuando la crisis no sólo afecta al consumo sino a las políticas culturales (la cultura siempre es la primera víctima de los recortes por parte de los gobiernos neoliberales, que comparten y aplican este modelo).

La formación de los indicadores

Pero un análisis más profundo de los datos permite concluir que el cambio de tendencia en las series analizadas responde a causas metodológicas y no al efecto de la crisis económica.

En relación a las fuentes de datos señaladas (Eurostat y el Anuario de Estadísticas Culturales, ambas fuentes oficiales, la primera publicada por la Comisión Europea y la segunda por el Gobierno de España) destacar que los resultados presentados a partir del año 2009 no son comparables con los de años anteriores. La reducción del empleo y de la aportación al PIB en el sector cultural es resultado de modificaciones en las clasificaciones económicas y de ocupación. Los denominados códigos CNAE y CNO³ (Código Nacional de Actividades Económicas y la Clasificación Nacional de Ocupaciones), utilizados para la elaboración de estadísticas nacionales e internacionales, fueron revisados en el año 2009 para las actividades económicas y en el año 2011 para las ocupaciones. Esta modificación en las clasificaciones supone que los datos de estos últimos años no pueden ser puestos en relación con las tendencias anteriores, pues miden aspectos diferentes.

La pregunta consecuente es, ¿qué tipo de actividades económicas y ocupaciones definen al sector cultural?

Las actividades culturales que conforman el sector cultural o las denominadas industrias culturales y creativas son diversas y variadas pues no existe un consenso en la literatura sobre la definición de estos conceptos; así, diferentes categorizaciones y taxonomías coexisten, tal y como establece Rausell (2012), que cita las de Eurostat y UNESCO, entre otras. A menudo estas clasificaciones incorporan actividades muy diversas y que a su vez forman parte de otros sectores con su propia idiosincrasia, que van desde la moda y el diseño; audio, vídeo y soporte; la música, la radio y la televisión; archivos, bibliotecas y museos; libros, prensa, artes escénicas, plásticas y, en ocasiones, el patrimonio. Por ejemplo, el Anuario de Estadísticas Culturales, que viene ofreciendo datos desde el año 2005 hasta el 2012, utiliza un tipo de clasificación para referirse al sector cultural (ver Figura 1).

De manera habitual cada una de estas actividades se identifica con un código de actividad económica y de ocupación, pero dentro de esta amalgama existen actividades que no tienen un código específico y este es el caso de las actividades patrimoniales.

A modo de ejemplo, la denominada Cuenta Satélite de la Cultura en España establece una definición sobre lo que considera actividad patrimonial: *“un sector específico que hace referencia a las actividades ligadas a la gestión y explotación de elementos del patrimonio cultural, tales como monumentos históricos, museos y yacimientos arqueológicos, generada como consecuencia de su*

³ Los códigos CNAE hacen referencia a la clasificación de las empresas en relación a su actividad económica. Son asignados por las instituciones públicas una vez que se tramita el alta de una empresa. Algo similar sucede con los códigos CNO, que hacen referencia a las ocupaciones profesionales. Ambas clasificaciones pretenden agrupar unidades homogéneas, están orientadas a la elaboración de estadísticas y siguen parámetros europeos para facilitar su homogeneización y posterior comparación.

apertura al uso público". Pero para interpretar esta realidad introduce actividades económicas muy diversas, algunas muy alejadas de esta definición (ver figura 2).

Esta compleja métrica acentúa la distancia existente entre los datos, las categorías conceptuales y la realidad, al menos para el caso de las actividades patrimoniales en el contexto de las industrias culturales y creativas cuyos indicadores homogenizan sectores muy dispares en perfil de actividad y tamaño (tal y como se observa a través de la Figura 3).

En conclusión, la mayoría de los trabajos que hacen referencia a la actividad cultural apenas representan al sector patrimonial, motivo por el cual es tremendamente complicado acotar el mercado laboral y el perfil de estas ocupaciones. Con el objetivo de generar conocimiento en relación a este vacío conceptual y empírico, desde el Incipit se ha caracterizado el mercado de trabajo relacionado con la gestión del patrimonio arqueológico en España (Parga-Dans, 2011). Los principales resultados de este trabajo aquí se presentan como demostrador del tipo de estudios que pueden contribuir a incrementar nuestro conocimiento cuantitativo sobre el sector.

El caso de la actividad arqueológica en España⁴

La preservación de los elementos culturales y patrimoniales cobra gran importancia tras la destrucción masiva de bienes, sobre todo en la Segunda Guerra Mundial, y la larga etapa posterior de crecimiento económico, hasta consolidarse con la promulgación de convenios internacionales, como el Convenio del Patrimonio Mundial (1972), y su incorporación en desarrollos legislativos nacionales. Así, cada país fue adoptando un modelo acorde a su contexto y recursos, dotando de algunos elementos de singularidad a estas herramientas políticas; pero, en general, se identifican dos modelos principales.

Por un lado, estaría el modelo de gestión patrimonial público y, por otro, el modelo de gestión patrimonial comercial o mixto. La principal diferencia radica en que los primeros se caracterizan por priorizar la actuación de la administración y/o las instituciones públicas y/o sin ánimo de lucro (caso de Francia, Grecia o Dinamarca), mientras que los segundos se cimentan en una gestión del patrimonio delegada en la iniciativa privada, bajo la supervisión de la administración. Este modelo mixto o comercial se ha generalizado en los países anglosajones (destacando en Estados Unidos y el Reino Unido; Aitchison, 2009; de ahí que muchas críticas a la mercantilización del patrimonio provengan del ámbito anglosajón), así como en el caso de España, donde la iniciativa privada ha tenido un importante desarrollo. La Figura 4 detalla las principales características y singularidades de estos tres países con un modelo de gestión patrimonial sujeto a la iniciativa empresarial privada.

En España, la Ley de Patrimonio Histórico de 1985 establece una serie de requerimientos para hacer efectiva la protección y difusión del patrimonio arqueológico. El aluvión de requerimientos legales, sumados a la gran cantidad de actividad vinculada a la gestión del patrimonio, la ausencia de recursos y la creciente actividad privada en la construcción provocaron el desbordamiento de las administraciones, lo que favoreció el surgimiento de la actividad empresarial denominada como arqueología preventiva o comercial; es decir, un modelo de gestión que protege y difunde el patrimonio arqueológico, que se añade a una arqueología hasta entonces limitada al ámbito académico y de los museos (Criado, 1996b). Tal y como se detalla en la Figura 5, la existencia de actores institucionales ligados a una fuerte regulación determina un entorno institucional complejo donde las empresas desarrollan su actividad.

Por un lado, el ámbito legal/administrativo (instituciones con competencias patrimoniales por territorio) prescribe la actividad arqueológica mediante la promulgación de normativas y protocolos en materia de gestión patrimonial, al tiempo que es potencial demandante de servicios. El ámbito académico (universidades y centros de investigación) estimula el sector a través de la formación reglada, la investigación y la transferencia de conocimiento a las empresas. El ámbito productivo demandante de servicios arqueológicos está constituido por los proveedores de bienes y servicios, las empresas de ingeniería y construcción, junto a otros actores relevantes como museos, iglesia y fundaciones que, además de depositarios de los hallazgos arqueológicos y culturales, son a menudo también demandantes de servicios y/o financiadores de actividades de gestión arqueológica y divulgación cultural. Finalmente se encuentra el gran público, consumidores finales de la cadena de valor cultural

⁴ Este apartado está extraído, con algunas modificaciones, de Parga-Dans y otros (2013).

y patrimonial, en cuanto que usuarios y demandantes de actividades de turismo cultural (residentes o visitantes).

En este entorno, un número considerable de empresas desarrollan su actividad comercial. Sin embargo, la ausencia de registros o fuentes de datos fiables sobre el número de empresas de arqueología dificultan ponderar el dinamismo del sector. Ello motivó la necesidad de acotar el sector, cuantificándolo. Los resultados obtenidos constituyen el primer acercamiento empírico a la actividad arqueológica en España. Realizado entre 2007 y 2011, el resultado es un registro de 273 empresas que se caracterizan por ofrecer servicios técnicos especializados. En general, son pequeñas empresas, con volúmenes de facturación modestos, que dan empleo a 2.358 personas con una tasa de temporalidad considerable (un aspecto recurrente en el sector cultural; Towse, 2003), resultando un sector atomizado y frágilmente estructurado.

De acuerdo a los resultados, una gran mayoría de las empresas de arqueología se reconoce en los CNAE que identifican actividades de investigación y desarrollo y servicios técnicos (de arquitectura e ingeniería y asesoramiento técnico); actividades que forman parte de los denominados servicios intensivos en conocimiento (SIC). Sin embargo, para un 85 % su principal actividad está vinculada al sector de la construcción (infraestructuras e inmobiliarias). La adopción temprana de un modelo de negocio ligado a la actividad inmobiliaria queda reflejada en el paralelismo entre el volumen de actividad arqueológica (representado por el número de actuaciones anuales) y el volumen de construcción de viviendas (ver Figura 6). Se observa un importante período de crecimiento de la actividad arqueológica en España desde el año 2000 hasta el año 2006-2007; momento en el que comienza a descender el volumen de actividad arqueológica, en buena medida anticipándose a la inminente paralización del sector de la construcción y la obra pública.

De manera similar a lo ocurrido en Estados Unidos y el Reino Unido, la dinámica empresarial del sector arqueológico en España ha evolucionado de forma considerable en las últimas décadas. La década de 1999-2007 es de fuerte dinamismo con la apertura constante de empresas y la consiguiente creación de empleo. Durante el periodo de máximo desarrollo de la construcción, en 2000-2006, se constituyeron el 40% de las empresas en funcionamiento en 2010. De las entrevistas realizadas a expertos, académicos y gerentes de empresas, se deduce que diversos factores como la excesiva dependencia de la demanda por parte de la industria de la construcción, la crisis económica, y un cierto agotamiento del modelo empresarial dieron paso a una fuerte desaceleración que trajo pareja la necesidad por parte de aquellas empresas más dinámicas de explorar nuevas fórmulas de actividad que garantizaran su supervivencia. La Figura 7 es una representación de la evolución del sector.

En España y Europa la actividad arqueológica, después de haber tenido un rápido desarrollo que dio lugar a la emergencia de un nuevo sector de actividad y a un mercado de trabajo, ha sido sacudida por el impacto de la crisis hasta el borde de la desaparición, lo que demanda nuevas alternativas. El estudio apunta a que uno de los factores desencadenantes de la actual situación es que, al calor del desarrollo inmobiliario y del boom de la construcción, la actividad arqueológica se constituyó como un proveedor de servicios especializados para el sector de la construcción, imitando sus modelos de negocio y relegando alternativas basadas en *know-how* experto o la incorporación de modelos de transferencia del conocimiento (como los que son críticos para otros sectores). A ello contribuyó una limitada cultura empresarial del personal de esta arqueología, cuya capacitación se asienta primordialmente en la formación de campo o teórica y, en menor medida, en aspectos organizativos y de gestión.

La excesiva dependencia de la actividad de la construcción y su escasa capacitación a nivel de gestión dificultó la respuesta del sector a las coyunturas de mercado. Sin alternativas claras, los servicios prestados por las empresas son determinados por el modelo económico dominante, como sucedió con la arqueología española en las dos últimas décadas: el valor principal de esta arqueología en tanto actividad económica, como hemos visto, es “liberar suelo”; es decir, es un medio necesario (una traba legal que las empresas constructoras deben superar) para incrementar la plusvalía del suelo. “El 60% de las empresas afirma desarrollar trabajos de control y corrección de impacto como actividad más frecuente; la excavación arqueológica es la segunda actividad más frecuente para estas organizaciones, así lo afirma el 46%. Por el contrario, las tareas de inventario y catalogación y puesta en valor son las menos habituales. Al margen de estas actividades, un 46,7% de las empresas no realiza ninguna otra actividad, el 34,5% presta otro tipo de servicios puntualmente

(restauración, actividades turísticas y de tiempo libre, topografía...) y un 17,9% declara realizar ese otro tipo de servicios con asiduidad” (Parga-Dans y Varela-Pousa, 2011).

Mientras tanto, surgen nuevas oportunidades innovadoras alentadas por el contexto de crisis y de agotamiento de modelo de negocio, la expansión y ampliación de la digitalización y el nuevo rol de un público que demanda participar activamente en el consumo cultural. Estas nuevas oportunidades tienen que ver con la producción de valor patrimonial. Un valor patrimonial que, por supuesto, no es sólo económico. Aunque la crisis es una oportunidad de reconversión y de reorientación hacia actividades económicas sostenibles, o simplemente socialmente necesarias (demandadas desde lo público), no debemos perder de vista que el modelo dominante sigue siendo el mismo, y que la opción elegida para “dinamizar” el sector del ladrillo, por ejemplo, en Madrid, ha sido cambiar la Ley de Patrimonio Cultural para hacerla menos intervencionista; esto es, eliminar la arqueología como “traba” a los proyectos constructivos. No es ningún avance para el patrimonio cultural.

La producción de valor patrimonial

Todo patrimonio tiene un valor, porque éste es condición necesaria para aquél. El patrimonio no es valioso por ser patrimonio, sino que es patrimonio porque es valioso (Barreiro, 2012:36). Algo se convierte en patrimonio cuando hay un primer acto de valoración (apropiación) por parte de los agentes sociales (sea directamente –las comunidades- o por mediación –administración-): “el patrimonio cultural se refiere en síntesis a toda creación humana que un colectivo o comunidad hereda, valora, protege, recrea y constituye el acervo de su identidad, su sentido de pertenencia y de su historia individual y social” (Agenda, 2011).

Si en esta creación humana invertimos un trabajo (para su estudio, protección, recreación –uso, en definitiva-) añadimos más valor (que se objetiva en un producto resultante, material o inmaterial) y entramos así en un proceso de valorización (el valor se añade). Si ese valor añadido lo incorpora un agente que lo percibe o experimenta, el valor se subjetiva y se incrementa el capital cultural del agente. Y así sucesivamente. De acuerdo con esto, todo proceso de producción de patrimonio, en tanto producción de valor añadido, debería tener un carácter intrínsecamente innovador (si por innovación entendemos la producción de un valor añadido que modifica las condiciones de producción de partida); incluso podríamos decir que un proyecto de producción de patrimonio es un fracaso si no presenta ningún elemento innovador.

Este proceso social de objetivación y subjetivación de valor se articula en una serie de fases lógicas (que se corresponderían con lo que desde hace muchos años hemos venido llamando “cadena de valor del patrimonio”; Criado 1996a, González 1999; se puede encontrar un desarrollo reciente y más amplio en Barreiro 2013:205-14), aunque es necesario actualizar este concepto para adecuarlo a los avances del análisis del valor patrimonial. Por otro lado, también hay que adaptarlo a una necesaria definición de las instancias sociales que actúan en cada momento del proceso valorativo, dado que la “cadena de valor” se diseñó obviando los agentes de valoración y sus intereses; o, al menos, no profundizando en el conocimiento de sus interrelaciones. Sin entrar en más detalles, la cadena de valor la constituyen las fases de *identificación*, *documentación*, *significación*, *evaluación*, *conservación*, *circulación* y *recepción* (ver figura 8); a grandes rasgos, como se aprecia en la figura, estos momentos lógicos se corresponden con tres fases de la producción patrimonial (independientemente de los agentes implicados): producción, gestión y socialización.

Otros autores (Bakhshi y Throsby, 2010) también reclaman una urgente actualización para que contemple los cambios en los hábitos de consumo y acceso, los cambios acaecidos en los propios procesos de creación y de gestión y los cambios que han supuesto las nuevas conceptualizaciones sobre lo que es y significa el valor cultural. Salvando las notables diferencias con nuestra idea, propuestas como éstas señalan el camino de la innovación (también de la innovación social) como pauta de referencia en el proceso de creación cultural (y el trabajo con el patrimonio lo es). En el apartado final veremos una propuesta de actualización de la cadena de valor para incorporar las diferentes clases de innovación activadas, concretadas en productos y medidas específicas, pero antes debemos sintetizar a qué nos referimos cuando hablamos de “clases de innovación”.

La innovación

El estudio de la innovación ha sido ampliamente desarrollado desde el ámbito económico, como fuente de valor, dinamización y crecimiento (Schumpeter, 1934; OCDE 2005). Existe una amplia literatura sobre estos procesos, considerados por académicos, legisladores, empresarios, gestores, etc., como factores esenciales que subyacen a la competitividad de los países, a su productividad y a su rendimiento laboral (Becheikh, Landry y Amara, 2006).

Tipos de innovación

Los estudios iniciales del proceso de innovación, llevados a cabo en su mayoría en las décadas de los cincuenta y sesenta del siglo pasado, han seguido un imperativo tecnológico centrado en el desarrollo de nuevos productos y procesos como resultado de la inversión en actividades de investigación y desarrollo (I+D). A través de este modelo de innovación, los resultados de los esfuerzos de investigación siguen un proceso lineal que permite a las empresas definir, diseñar, producir y comercializar sus innovaciones (Jensen y otros 2007). Esto significa que el estudio de la innovación se ha asociado históricamente, y se ha estudiado ampliamente, en aquellos sectores industriales en los que la fabricación era el elemento clave y el elemento tecnológico es fundamental, como es el caso de las industrias manufactureras, para las cuales la investigación básica y la I+D industrial son las fuentes de nuevos productos y servicios, sobre todo en un contexto histórico en el que este sector se definía como la principal actividad económica industrial (Drejer, 2004). Este modelo de innovación, denominado por Jensen y otros (2007: 683) “Ciencia, Tecnología e Innovación” (STI-mode) establece una estrecha relación entre el ámbito de la investigación científica e industrial como procesos fortalecedores de la función del proceso formal de I+D.

A partir de la década de los ochenta se reconocen otras rutas de innovación distintas al denominado modelo lineal de innovación, fundamentado en el desarrollo tecnológico (innovación de producto y proceso) resultante de la actividad de I+D. A menudo la innovación es resultado de un proceso interactivo dentro de la propia organización y/o con otros agentes de su entorno a través del intercambio de know-how, experiencia y el trabajo para la solución de problemas (Fagerberg, 2005;). Este modelo ha sido denominado por Jensen y otros (2007) como “Haciendo, Usando e Interactuando” (DUI-mode). Desde esta perspectiva la actividad innovadora se desarrolla a partir de un proceso interactivo en el que las distintas fases no están estructuradas jerárquicamente, ni siguen un proceso lineal (Kline y Rosenberg 1986), ni están fundamentadas exclusivamente en el impulso tecnológico (*technology push*), sino también en la demanda de mercado (*market pull*) (Landry y otros, 2002).

El análisis de la innovación es pertinente en otras actividades industriales con un menor componente tecnológico, como es el caso del sector servicios (Sundbo, 2001; Ettlie y Rosenthal, 2011). Y además, se pone de relieve el componente estratégico no tecnológico, a través de conceptos como el de la innovación organizativa y de mercadotecnia (OCDE, 2005). La innovación de mercadotecnia hace referencia a la introducción de nuevos o mejorados métodos de comercialización (OCDE, 2005) y las innovaciones organizativas ponen de relieve la importancia que tienen para estos procesos el capital humano, la gestión del talento, las estructuras organizativas y las relaciones con diferentes actores y organizaciones del entorno. Así, la introducción de nuevas prácticas de gestión, procesos, estructuras o técnicas en la organización, que tiendan a mejorar la eficacia o el rendimiento de la misma, constituye una tipología de innovación de índole no tecnológica denominada innovación organizativa, también conocida como innovación de gestión o administrativa (Birkinshaw y otros, 2008; Damanpour, 1991).

Recientemente, sin embargo, el estudio de la innovación se ha relacionado con actividades innovadoras promovidas y motivadas por organizaciones cuyos fines son satisfacer necesidades sociales; a este tipo de procesos se les ha denominado innovaciones sociales (Mulgan y otros, 2007).

La innovación social

Si bien los procesos de “innovación comercial” han sido objeto de considerable investigación académica, el campo de innovación social ha recibido escasa atención hasta hace muy pocos años; por lo tanto, todavía no existe un consenso en la literatura sobre estos procesos. La Estrategia Europea para la Innovación Social (European Commission, 2013:6) define “innovación social” como “el

desarrollo e implementación de nuevas ideas (productos, servicios y modelos) para responder a las necesidades sociales y crear nuevas relaciones sociales o colaboraciones. Representa nuevas respuestas a las demandas sociales, afectando a los procesos de interacción social. Se orienta a propiciar el bienestar humano.” Por lo tanto, es social en sus medios y en sus fines.

Los trabajos existentes sobre innovación social destacan la importancia de la sociedad civil (también llamada Tercer Sector para diferenciarla del Estado y del Mercado) como impulsora de este tipo de innovación a través de procesos de ayuda mutua, desarrollo comunitario, atención social, etc. Pero también se destaca el papel impulsor llevado a cabo por otro tipo de instituciones, como las políticas (que desarrollan nuevos modelos), los mercados (por ejemplo, el software libre o la comida orgánica), la academia (por ejemplo, modelos pedagógicos), empresas sociales (microcrédito), etc. (Mulgan y otros 2007; Phills y otros. 2008).

Por otro lado, estudios que han puesto en relación la innovación y la cultura han tenido una aproximación economicista (Cunningham, 2002; Potts, 2007; Chapain y Comunian, 2010), o han estado relacionados con las políticas de innovación regionales y locales (Lazzereti, 2003; Asheim y otros 2007) o se han desarrollado desde el punto de vista de la gestión de la innovación (Wilson y Stokes, 2005; Bakhshi y Throsby, 2010). Aunque hasta el momento no existen estudios definitivos sobre innovación social y cultural, la innovación social es un ámbito de investigación en boga y con un desarrollo relativamente reciente, en el que la cultura y la creatividad aparecen como factores determinantes de la innovación y, por lo tanto, del desarrollo (Rausell, 2012:19).

Pero quizás habría que comenzar por decir que en el sector del patrimonio se está haciendo innovación social desde hace mucho tiempo. En realidad, si mantenemos una concepción amplia y flexible del concepto, hace decenios o incluso siglos que existiría innovación social: sin meternos en complicaciones, podríamos decir que una de las características esenciales de la Modernidad es, en primer lugar, la *capacidad de innovación*, lo que la diferencia como proceso cultural de muchos otros procesos culturales acontecidos a lo largo de la historia de la humanidad (aunque no de todos, dado que en muchos sitios se han producido, en períodos determinados, innovaciones sociales). Y lo que termina de diferenciar a la Modernidad de cualquier otro proceso cultural en la historia es la *reflexividad* sobre dicha capacidad de innovación, la asunción del cambio constante como motor de la vida social, “la tragedia del desarrollo” como paradigma (Berman 1988) y la constante contradicción entre “la creatividad y el extrañamiento; el individuo y la sociedad; lo objetivo y lo subjetivo” (Gurrutxaga y Echeverría 2012). Todas estas paradojas de la Modernidad han sido tratadas desde hace tiempo desde muy diversas perspectivas (comenzando por Marx, Nietzsche y Freud, los “maestros de la sospecha” según P. Ricoeur).

Por lo tanto, a nuestros propósitos será más efectivo circunscribir el concepto “innovación social” al fenómeno contemporáneo por el que se está creando una dinámica social al margen de los instrumentos clásicos: la política institucional (encarnada en el Estado como máxima institución de poder) y el mercado (léase el mercado *capitalista*). Estos dos instrumentos han dirigido (con mayor o menor presencia de uno u otro en función del contexto político) la acción social en los últimos doscientos años. Por parte de diversos autores se viene percibiendo (en los últimos treinta años, pero sobre todo desde la generalización del uso de las tecnologías de la información y la comunicación - TIC- entre amplios sectores de la población –no todos y no en todos los países, por supuesto-) un incremento de las relaciones sociales al margen de esos dos instrumentos, al tiempo que se va generalizando (aunque sea lentamente) una conciencia globalizada sobre los problemas y desafíos ante los que se encuentra la humanidad (cambio climático, crisis energética, aumento de la conflictividad a nivel mundial).

Así, se plantean iniciativas diversas como una alternativa al modelo económico y político hegemónico, aunque en muchas ocasiones se plantean objetivos (eliminar la pobreza, nada menos) cuyo éxito parece difícil sin un cambio de modelo sistémico (véase, por ejemplo, la Declaración de Viena: Vienna, 2011, o la Estrategia Europea para la Innovación Social: European Comisión, 2013). En realidad, a pesar de estos intentos de cooptación por parte del modelo hegemónico, el concepto de “innovación social” parece encajar y corresponderse con ciertas tendencias sociológicas de fondo, con unas nuevas condiciones para el desarrollo de la cultura y con un escenario de controversia ideológico-político.

Las tendencias de fondo, que no está de más recordar que se refieren a determinados sectores sociales (los individuos más favorecidos de los entornos más favorecidos), señalan 1) la intensificación de la red como modelo de organización social, que implica más participación y empoderamiento (en concreto, el modelo que se va implantando es el de red distribuida, que vendría a suceder a las redes centralizada y descentralizada, véase Ugarte, 2011), y como pauta de comunicación y comportamiento (apoyada en el uso masivo de las TIC); 2) la difuminación de los límites entre producción y consumo (es decir, el abandono del paradigma industrial fordista e incluso del toyotismo –Rausell, 2012-); 3) el incremento de la producción colaborativa y cooperativa frente a la responsabilidad individual (así como del conocimiento abierto y compartido); 4) el aumento del interés por el cuidado de las cosas y los seres (aunque siga siendo mayoritario el modelo usar-y-tirar) y el creciente rol de valores más sostenibles como articuladores de la vida social. Por supuesto, hay que insistir en que esto son tendencias detectadas en determinados ámbitos, pero ni mucho menos son mayoritarias ni hegemónicas.

Las nuevas condiciones para el trabajo cultural están en estrecha consonancia con lo anterior. Seguimos a Bakhshi y Throsby (2010:4-24) para reseñar cuatro dimensiones de la innovación en la producción cultural: 1) una tendencia imparable a la ampliación de las audiencias (más gente, con más participación, más frecuentemente y más diversa); 2) una extensión progresiva del desarrollo de las formas artísticas (innovación que es inherente a la producción artística, pero que se acelera en la sociedad del conocimiento), 3) una progresiva ampliación del concepto de valor más allá de la esfera económica –quizá esto es la característica específica de la sociedad del conocimiento-, aunque también se puede ver como una característica básica del capitalismo cognitivo y post-industrial (VV.AA. 2004); 4) una adaptación de la cadena de valor al ambiente digital (Bakhshi y Throsby, 2010: 20) y la incorporación de los tres tipos anteriores de innovación cultural a los nuevos modelos de negocio. Todo ello con un fuerte peso del componente tecnológico.

El escenario de controversia ideológico-político es un emergente debate a tres bandas entre lo privado, lo público y lo común⁵. En los últimos años se han venido produciendo, a raíz de la crisis financiera y las políticas neoliberales salvajes aplicadas por determinados gobiernos, movimientos sociales espontáneos en países tan diversos como España, Estados Unidos y Brasil: son los indignados. Estos movimientos, a pesar de su diversidad interna, parecen responder a un perfil que encaja con las tendencias arriba señaladas. Y, en consonancia con este perfil, la estructura reticular parece reclamar horizontalidad antes que verticalidad, y parece optar por un asamblearismo radical que desprecia liderazgos y vanguardias. Este fermento político de nuevo perfil, al que no se le puede negar radicalidad ni espíritu de transformación (es muy minoritario, también hay que reconocerlo), no parece que ofrezca modelos alternativos si no es por negación dialéctica (esto es: se denuncia lo que no se quiere ser, pero no se plantean alternativas viables sobre lo que se quiere ser, ni mucho menos se articula una estrategia para alcanzar dichos objetivos). Lo que sí parece evidente, y esto lo pone en relación con la citada controversia entre lo público y lo común (y con cualquier estrategia de desarrollo alternativa que se quiera plantear), es que estas tendencias sociológicas de fondo, sin un marco político ni estratégico que oriente la capacidad productiva y transformadora, son caldo de cultivo para prácticas económicas y políticas neoliberales a ultranza: la flexibilidad laboral se convierte así en precarización (Yproductions, 2008), la diversidad informativa en saturación e intoxicación (Serrano, 2013) y la interacción directa entre productor y consumidor en esclavitud para el primero y/o para el segundo. En resumen: muchas de las iniciativas de innovación social (no sólo las institucionalizadas, como la Estrategia Europea, sino también muchas de las emergentes) argumentan, proponen y actúan como si el modelo hegemónico capitalista global no fuese el problema.

Pero, a pesar de nuestras reservas y nuestro escepticismo, la sociedad del conocimiento es una realidad que no podemos obviar, y la innovación social un instrumento conceptual para inducir a la transformación (muchas de las propuestas hasta hablan de cambio sistémico como la última fase lógica de todo proceso innovador; Murray y otros, 2010:12-13 y ss). Lo que hay que intentar hacer es, desde nuestro punto de vista, abordar la cuestión en toda su complejidad, tratar de orientar la acción social (descentralizada o distribuida) hacia un horizonte de transformación. Para ello es necesaria una estrategia marco, y para que exista esta estrategia marco es necesario recuperar (y acrecentar) lo

⁵ Véase el debate en torno a lo público y lo común, organizado por el Laboratorio del Procomún de MediaLab Prado el 29 de mayo de 2013:
http://medialab-prado.es/article/tension_entre_publico_procomun

público frente a la labor deconstructiva del mercado. Hay que reclamar la instauración de un poder público democrático y descentralizado que abogue por un modelo social y económico primero justo, después sostenible, y, por último, que aspire a su propia disolución en beneficio, ahora sí, de lo común. Entendemos que la propuesta de Socialismo del Buen Vivir coincide plenamente con este anhelo.

Todo lo anterior, por lo tanto, apunta a un nuevo modelo de sociedad, pero un posicionamiento dialéctico tiene que intentar ofrecer estrategias para la acción transformadora que se construyan en torno a las nuevas oportunidades y potencialidades, que superen y abandonen los viejos modelos y que minimicen o eviten los efectos negativos de los nuevos. En nuestro caso, trataremos de ver qué procesos se dan en el patrimonio cultural (su producción, gestión y socialización) y cómo se pueden potenciar sus efectos positivos (empoderamiento a varios niveles) y minimizar los negativos (alienación y mercantilización, sobre todo) en una estrategia de innovación social.

La producción de valor patrimonial y la innovación

Para identificar procesos de innovación en la producción de patrimonio cultural no hay que escarbar mucho: “El solo hecho de la conservación, aun cuando no pretende otra cosa que estabilizar, conlleva por fuerza toda una serie de innovaciones, aunque no sea más que para detener la «grata decadencia»” (Samuel, 2008). Esto es así porque el trabajo con el patrimonio cultural es intrínsecamente innovador, toda vez que cada entidad o evento patrimonial es único y singular. Por lo tanto, todo trabajo invertido en cualquier entidad patrimonial, por superficial que parezca, va a ser también único: en este sentido, todo trabajo con el patrimonio es exploratorio y de vanguardia, por muy estandarizados que puedan estar determinados procesos. Y dicho trabajo va a generar valores y a tener un efecto multiplicador, aunque sea a muy largo plazo.

Dependiendo del trabajo que apliquemos, estaremos enfatizando una u otra dimensión del valor de uso del elemento patrimonial. Porque en el concepto “valor de uso”, en realidad, hay varios usos y, por lo tanto, varias dimensiones del valor, que conviene tener presentes en todo momento, porque toda estrategia patrimonial (e incluso política) está encaminada al fomento de los valores incorporados en el patrimonio (no sólo del económico, por supuesto).

¿Cómo emergen estas diferentes dimensiones del valor de uso en el proceso de producción de patrimonio? Este tema ha sido abordado por muy diversos autores (William Lipe, Stanley Price, -citados en González, 1999-, así como Tim Darvill, 1994, Ballart, 1997 o Mason, 2002, entre otros). Darvill habla de ‘sistemas de valores’ (de existencia, de opción y de uso, y en este último entran los valores científicos, artísticos, educativos, recreativos, simbólicos, asociativos y económicos). Desde nuestro punto de vista todos estos valores, o dimensiones del valor, tienen una característica fundamental: se objetivan y subjetivan en las entidades patrimoniales y en los agentes que interactúan con el patrimonio, en un proceso dialéctico.

Desde nuestro punto de vista, el enfoque dialéctico posibilita un tratamiento ponderado del valor social de las cosas (materiales o no), paliando los desequilibrios de otros paradigmas: por un lado, la equiparación de su capacidad de agencia con la de las personas, y la fetichización de su poder (visión subjetivista); por otro lado, la minusvaloración de su papel social (visión positivista) y la reducción de su significancia a meros artículos de uso sin profundidad antropológica (un pragmatismo que es el correlato epistemológico de la sociedad del hiper-consumo). Siguiendo a Karel Kosik (1967) y su *dialéctica de lo concreto*: “La dialéctica no considera los productos como algo fijo, ni las configuraciones y los objetos, o sea, todo el conjunto del mundo material cosificado, como algo originario e independiente; del mismo modo tampoco considera así el mundo de las representaciones y del pensamiento común, ni los acepta bajo su aspecto inmediato, sino que los somete a un examen en el cual las formas cosificadas del mundo objetivo e ideal se diluyen, pierden su fijeza, su naturaleza y su pretendida originariedad, para mostrarse como fenómenos derivados y mediatos, como sedimentos y productos de la praxis social de la humanidad”.

¿Por qué podemos hablar de innovación en este proceso dialéctico de producción patrimonial? Porque la constante objetivación y subjetivación de valor tiene efectos (no necesariamente positivos) tecnológicos, cognitivos, éticos, políticos, estéticos y económicos evidentes. En la mayoría de los casos, el propio proceso de patrimonialización es controvertido, y diferentes agentes otorgan distinto significado y valor a unas mismas entidades; pero, por la misma razón, es un campo de posibilidades

para la negociación, el consenso y la generación de cohesión y valores transformadores. Es importante comenzar, entonces, por lo más básico: por el cómo y el quién de la apropiación patrimonial.

El *valor de existencia* de los bienes patrimoniales contribuye a la generación de sentido de lugar y de identidad (pertenencia), así como a la gestión de la memoria. Existen muchos estudios sobre el patrimonio y la memoria (Samuel, 2008; Lowenthal, 1998; Huyssen, 2002), sus relaciones con el espacio y la historia (resaltamos el trabajo pionero y monumental de Pierre Nora, aunque muy condicionado por el discurso nacionalista; una introducción en Nora, 1987) así como con el sentido de lugar y la identidad (Rose, 1995). Pero es posible que no existan tantos que estudien e investiguen el paso de la subjetividad a la intersubjetividad; es decir, el cómo una apropiación individual se socializa y se convierte en una apropiación colectiva, que es lo que determina su naturaleza de patrimonio cultural en tanto fenómeno social (una aproximación desde el psicoanálisis, ya hace años, la intentó Castilla del Pino, 1995). Estas instancias (memoria, sentido de lugar, identidad, creencias) son comunes a la humanidad y transversales a su historia; por sí mismas no constituyen patrimonio, pero son condición para ello.

Otra condición es su carácter de herencia, su *valor de legado*. Tal y como señala Lowenthal (1998: 55 y ss), es muy significativo cómo han cambiado los modos relacionados con los procesos de herencia familiar, y lo pone en relación con la propia evolución de los modos de patrimonialización. Si tiempo atrás el legado era algo que trataba de mantenerse íntegro o acrecentado (hasta el punto de que en muchos lugares y épocas estaba sancionada legalmente la discriminación de unos herederos frente a otros, como es sabido), ahora los legados son vistos más como un “regalo caído del cielo”, una oportunidad de acceder a bienes más allá del trabajo. Y no existe, de forma generalizada, la mentalidad de mantener ese legado intacto para el primogénito (en todo caso, a repartir entre los herederos). Lowenthal extrapola (o amplía, más bien) esa situación hacia los cambios experimentados en los usos del patrimonio en las tres últimas décadas, y a cómo se dan debates y polémicas sobre los derechos de uso de los bienes patrimoniales por parte de las generaciones presentes y las necesidades de conservación para su uso por las generaciones futuras.

Tanto el valor de existencia como el valor de legado están en conexión con los usos no científicos del patrimonio, con la dimensión no experta del proceso de patrimonialización, por así decirlo. Esto es una cuestión que, desde hace unos años, ha llevado a algunos autores a criticar abiertamente el monopolio que los expertos y científicos han ejercido sobre el objeto y los modos de patrimonialización (lo que Laurajane Smith denomina Discurso Patrimonial Autorizado; Smith, 2006 y 2011). Esto marca un camino muy claro de investigación e innovación (sobre todo, de innovación social), sin que tenga por qué significar una renuncia (como parece desprenderse a veces de estas voces críticas) al componente científico del patrimonio; esto es, a cómo la actividad científica tiene un peso específico indudable en la generación de valor en torno a los bienes patrimoniales.

Porque una buena parte de la innovación implicada en un proceso de producción patrimonial proviene de su *valor cognitivo*. Esto es: el valor que muchas entidades patrimoniales tienen por ser fuente de información. Esta naturaleza hace que muchos bienes sean un archivo que contiene información, a la espera de que una inversión de trabajo *técnico* e *interpretativo* desencadene un proceso de producción de conocimiento. Ese conocimiento, a su vez, se subjetivará, por diferentes vías, tanto en los agentes de la investigación, como en la comunidad científica interesada, como en los agentes sociales que accedan a él (esta capacidad de acceso y cómo influye en el capital cultural del agente debe ser, a nuestro juicio, uno de los temas prioritarios en la investigación en patrimonio). Igualmente puede retroalimentar el proceso investigador y condicionar posteriores trabajos en el mismo sitio o en otros. Si bien hay una parte de verdad en ciertas críticas por parte del sector más académico (la producción de conocimiento en los procesos de patrimonialización está muy condicionada por los usos del patrimonio, menos reflexivos y analíticos que los que exige la ciencia), también lo es que el ámbito científico no debería desentenderse del tema, y tendría que preocuparse más por cómo los procesos de patrimonialización pueden mantener una estrecha conexión con la producción, gestión y socialización del conocimiento. Como habíamos visto más arriba, otros críticos exigen más bien el fin del monopolio científico sobre el patrimonio. En resumen, es un objeto de controversia en el que no sólo entran en juego diferentes intenciones respecto a lo que el patrimonio es (¿un producto científico o un proceso de socialización?) sino respecto a lo que debe ser (¿quién debe ser el sujeto del patrimonio?) y lo que no debe ser (un sustituto de la ciencia, para unos; un monopolio de la ciencia, para otros).

Pero el trabajo científico tiene, además, una dimensión técnica por la que el propio uso y aplicación de técnicas y tecnologías funciona como experimentación; en distintos momentos, además, de la producción. Esta es una dimensión de innovación en la producción de patrimonio que ofrece pocas dudas. De hecho, en el sector del patrimonio más convencional tiende a identificarse “innovación” con “innovación tecnológica” (véase por ejemplo el nº4 de la revista del IPCE; VV.AA., 2010). De hecho, en un reciente informe al respecto (Cotec, 2010:84-104), se describen distintos aspectos relacionados con la innovación tecnológica en distintos momentos de la producción, gestión y socialización, que veremos al final. En realidad, el carácter singular de toda entidad patrimonial convierte cada actuación sobre ella en un acto innovador; como ya hemos dicho, por muy estandarizados que estén los procesos de trabajo. Paradójicamente esta estandarización de procesos de trabajo es, a su vez, el producto de una innovación de proceso, que puede ser resultado de investigaciones aisladas o del trabajo colaborativo y en red. Un buen ejemplo aplicable a la arqueología es el éxito obtenido por el método Harris. La innovación de proceso radica en su formulación y en su diseño; pero cada actuación arqueológica que utilice este método se va a enfrentar a una realidad única e intransferible, por lo que siempre va a ser innovadora.

En resumidas cuentas, se trata de ratificar una obviedad de fondo (que toda actividad científica es innovadora), pero que implica la adopción de una cautela: que no toda producción patrimonial tiene que incorporar necesariamente la producción de conocimiento científico para ser una buena producción, en primer lugar porque hay otros valores en juego, aparte del cognitivo, que también pueden generar una socialización positiva; en segundo lugar porque hay otras formas de conocimiento aparte del científico⁶.

En paralelo al valor cognitivo de las entidades patrimoniales, que ya indican una valorización (un incremento del valor objetivado en las entidades), está el *valor político*. Acudimos, por supuesto, a una definición radical de política, en tanto dimensión de la vida social que concierne a las formas de organización de la sociedad y la gestión de la convivencia. Este valor está muy vinculado, sobre todo, a la dimensión espacial que poseen muchos bienes patrimoniales, y se manifiesta además tanto en forma objetivada y a pequeña escala (en la propia objetividad del patrimonio como bien público y/o comunitario, lo que veremos en segundo lugar) como subjetivada (como símbolo identitario y comunitario, con frecuencia a una mayor escala).

En realidad, como ya han señalado varios autores (Graham y otros, 2000; Hernández, 2002), esta dimensión subjetiva está en la raíz del origen de la concepción moderna del patrimonio, estrechamente ligado a la dimensión simbólica de muchas entidades y a la utilización de determinados símbolos encarnados en objetos y espacios para construir y afirmar identidades políticas. El caso paradigmático y casi modélico es la Francia revolucionaria y postrevolucionaria, y su política de creación de una identidad nacional homogénea articulada en torno al concepto de ciudadanía y apoyada en la generación de símbolos nacionales y nacionalizados, proseguida durante todo el siglo XIX.

Sin embargo, aparte de este carácter conformador de identidades nacionales –que se imponen, que se oponen o que se complementan- a nosotros nos interesa destacar la dimensión práctica del valor político (gestión y uso): no se trata sólo de una cuestión de escala (comunidades locales como agrupaciones humanas en torno a símbolos de identidad generados en la proximidad: la iglesia, la plaza, el bar, frente a comunidades ampliadas y agrupadas por elementos comunes –tradición, lengua- y en torno a símbolos abstractos –himno, bandera, frontera-) sino de una cuestión de implicación: la posibilidad de una gestión directa de la realidad frente a la necesidad de delegar esa gestión en instituciones que desbordan y se superponen a la capacidad de agencia de los individuos de la comunidad (región, nación). Esto tiene mucho que ver con el empoderamiento de las comunidades (y, eventualmente, con un uso sostenible del patrimonio por su parte) y, por lo tanto, también tiene que ver con la estrategia política general; es decir: al margen de la capacidad de iniciativa de las comunidades para apropiarse y gestionar su patrimonio, es fundamental, para que

⁶ Aquí entrarían las propuestas constructivistas de ciencia abierta y pública, de ciencia con la gente (por ejemplo, Funtowicz y Ravetz, 2000), que señalan no sólo la necesidad de que el conocimiento se difunda sino de que se construya de forma participativa (en el terreno del patrimonio una propuesta en este sentido es Cuesta y otros, 2009), que sea apropiado por la gente (una propuesta interesante en Greiff y Maldonado, 2011). Todo ello entra en el campo de la innovación social.

tengan éxito, la existencia de un marco público y político que propicie y fomente ese tipo de iniciativas.

Pero es necesario incidir en un aspecto básico de la dimensión política del patrimonio: la que se deriva de la objetivación de este valor político y su condición de bien público. Como tal bien, el patrimonio tiene unas necesidades de gestión. Aunque éstas siempre han estado ahí, no ha sido sino hasta la segunda mitad avanzada del siglo XX, dependiendo del país, que estas necesidades empezaron a materializarse en normativas y políticas de protección y gestión, bien específicas, bien generales (medio ambiente, ordenación del territorio, turismo) y a implementarse mediante prácticas (inversiones económicas y trabajo en el sector del patrimonio). A su vez, estas normativas implicaron la progresiva implantación de un marco legal que implicó la generación de una demanda institucional: la propia ley exigió que numerosos procesos de modificación del territorio, de modernización (lo que David Harvey, parafraseando a Schumpeter, llama “destrucción creativa del territorio”; Harvey, 2012:155-178) integrasen trabajo a nivel preventivo de documentación, protección y, eventualmente, rescate del patrimonio cultural.

Al amparo de estas políticas protectoras se desarrolló todo un sector vinculado a la gestión del patrimonio cultural (que hemos visto más arriba). En sí mismo, esto fue toda una innovación que, literalmente, creó todo un sector económico de la (casi) nada. A lo largo de los años, la gestión del patrimonio, al menos en España, se fue consolidando como un proceso administrativo más. Pero, por un lado, esto provocó un progresivo distanciamiento (en paralelo al distanciamiento experimentado por la acción de gobierno hacia la ciudadanía, la pérdida de calidad democrática –si es que alguna vez existió–) que ha terminado por alejar a los expertos en patrimonio que trabajan en la administración o para la administración, de los intereses patrimoniales de la gente. Por otro lado, como consecuencia del progresivo socavamiento de las bases del estado del bienestar por parte de la estrategia neoliberal (desatada en los últimos cinco años, pero que en España impidió, precisamente, una mejor implantación del modelo de bienestar europeo), la administración del patrimonio se ha visto (no en todas partes, Andalucía es una notable excepción en España) cada vez más presa de los intereses dominantes y cada vez con menos margen de maniobra y menos poder económico para iniciar acciones patrimoniales (el cambio en la ley de Madrid es un ejemplo de ello).

En el citado informe de Cotec (Cotec, 2010:105) se señala que “cualquier proceso de innovación en el patrimonio y el aprovechamiento de muchas de las oportunidades de negocio que la innovación en este sector puede ofrecer, sólo serán posibles merced a la innovación en los procedimientos de gestión de estas instituciones” (Cotec, 2010:105; refiriéndose a la Administración y a la Iglesia). Los problemas, en efecto, son evidentes: descoordinación entre las diferentes escalas administrativas (local, regional, estatal) y descoordinación entre diferentes órganos de un mismo cuerpo (departamentos de urbanismo y cultura, por ejemplo). Descoordinación entre la administración y los ejecutores de trabajos (empresas, centros de investigación). Fragmentación en las propias actuaciones de intervención patrimonial. “Este problema se ve agravado por la falta de planificación estratégica y de políticas de intervención territorial de las que adolecen algunas de las administraciones” (Cotec, 2010:106). En general, se insiste, el gran problema es la falta de coordinación entre las diferentes instancias y fases de la cadena de valor⁷.

Nosotros creemos que la falta de integración es un problema evidente (es el gran problema), pero también que no se da porque sí, sino porque los intereses públicos (si no objetivos) de preservación y socialización del patrimonio se pliegan a los intereses de mercado (especulación inmobiliaria, subvención a determinados proyectos de modernización, prácticas de fragmentación para incrementar las plusvalías de las operaciones, etc.); en este pliegue la administración de patrimonio (que, además, funciona con un modelo organizativo anticuado y poco ágil) sale perdiendo frente a otros órganos de la administración que mejor se corresponden con esos intereses económicos más poderosos, así que la descoordinación entre dichos órganos no deja de ser un efecto más o menos buscado (Barreiro, 2013:36-59). Y lo mismo ocurre, se podría decir, con la falta de una planificación estratégica a nivel general.

En este mismo seminario se trata el tema de los paisajes culturales tal y como se están abordando en Andalucía; es, desde nuestro punto de vista, un buen ejemplo de cómo desde una política patrimonial

⁷ En Agenda, 2011 se señala la debilidad institucional en los territorios como un grave problema en la gestión del patrimonio.

coherente, integrada y orientada a proteger y socializar el patrimonio es posible contrarrestar (aunque no siempre, y a menudo parcialmente) los intereses económicos que apuestan por otras vías de creación, gestión y distribución de la riqueza, éstas últimas más en línea con aprovechamientos intensivos y especulativos del territorio en el marco de un modelo más depredador que sostenible. A nuestro juicio, las políticas del paisaje que se están intentado implementar en Europa desde hace diez años (pese a su más bien escaso éxito) son un marco adecuado para modelos alternativos de gestión y socialización del patrimonio (patrimonio como paisaje, paisaje como patrimonio).

Lo que está claro es que el componente de gestión y administración de los bienes patrimoniales es vertebral a toda estrategia de innovación y desarrollo que tenga al patrimonio por eje de actuación, ya que desde la gestión se articulan los demás componentes valorativos del patrimonio (su mera existencia, su carácter de legado y su valor cognitivo, así como su utilización como recurso para la generación de actividad económica y educativa, para el desarrollo). Es por ello vital que las políticas patrimoniales se integren en la estrategia de desarrollo territorial general, porque el territorio es “el espacio que sanciona las innovaciones económicas, sociales, institucionales y políticas, que las visibiliza y las difunde. En este sentido, espacio, cultura y economía muestran un grado de simbiosis muy elevado” (Rausell, 2012:112).

En el caso de Ecuador, hay una estrategia general (SENPLADES, 2013) que propicia la adopción de políticas patrimoniales de identificación y valorización del patrimonio (Agenda, 2011), materializadas, mediante la implementación de proyectos alineados con la estrategia general, a escala local (“Un horizonte ancho y un arranque a pequeña escala”; Vuyst, 2013:36). Estas políticas deberían fomentar y dar consistencia a las diferentes acciones que pueden tener lugar en el entrecruzamiento de las fases de la cadena de valor y los diferentes tipos de innovación, e incentivar las iniciativas de empoderamiento y emprendimiento comunitario a partir del patrimonio cultural.

Patrimonio cultural y desarrollo: innovando y socializando en torno al patrimonio

Los valores básicos (existencia, legado) y las dimensiones de la valorización (valor cognitivo, valor de bien) no colman la capacidad del patrimonio para generar valor. Esta producción de valor va más allá del propio objeto patrimonial e implica la concepción de éste como un recurso para la valorización subjetiva (aprendizaje, patrimonio como recurso formativo y educativo: valor pedagógico), y para la meta-valorización, que puede ser económica (en tanto sector productivo y factor catalizador de más actividad económica), político-asociativa (en tanto bien que genera agregación social en torno a él) y estética (en tanto factor de recreación de nuevas realidades culturales susceptibles, a su vez, de ser patrimonializadas).

Estas cuatro dimensiones de valorización (educativa, económica, político-asociativa, estética) son tan esenciales como las anteriores (existencial, hereditaria, cognitiva, político-administrada) para la inclusión del patrimonio cultural en cualquier política de desarrollo humano, pues conciernen al aprendizaje, al sostenimiento, a la integración y a la creatividad de las comunidades. El grado de inclusión del patrimonio en el plan de desarrollo puede variar: puede ser desde el factor principal, hasta un efecto inercial y no intencional.

Estas políticas deberían ser el eje en torno al cual se podrían generar iniciativas de empoderamiento comunitario. Como ya hemos señalado, sin una estrategia general (voluntad política y determinación), y sin apoyo institucional y financiero, una iniciativa innovadora puede llegar a funcionar, pero no va a ser el caso de la mayoría, y, sobre todo, aunque sea exitosa no va a señalar ningún camino que necesariamente queramos recorrer. Será más bien una cuestión de supervivencia.

Al margen de esta necesaria estrategia general que dé cobertura a este tipo de iniciativas (que, en este caso, podemos decir que existe y es muy clara: SENPLADES, 2013; Agenda, 2011), como señala Vicente (2008:273), hay tres modos básicos por los que una política patrimonial puede intervenir:

1) A través del *gasto público directo*, que, en el caso del patrimonio, puede materializarse en la adquisición de determinados bienes patrimoniales para su gestión, así como en la financiación de determinadas acciones de investigación, gestión y/o socialización (como es el caso del Decreto de Emergencia de Patrimonio Cultural que se inició en 2008). Un fuerte respaldo presupuestario es, en nuestra opinión, la mejor garantía para que se pueda mantener una política patrimonial firme y

orientada a una estrategia global. Estas acciones financiadas públicamente deberían funcionar como elemento detonante de activaciones patrimoniales más amplias, a modo de incentivo, como puede ocurrir en áreas urbanas deprimidas en las que el inicio de acciones de rehabilitación acaba generando un efecto dominó hasta una regeneración de la vida social (el caso histórico de Vitoria-Gasteiz, en el País Vasco, es un muy buen ejemplo de ello; Azkarate, 2009).

2) A través de la *política impositiva y los incentivos fiscales*, mediante las cuales se puede rebajar los costes de la propiedad privada y el buen uso de bienes patrimoniales por parte de individuos o asociaciones. En el caso de España, por ejemplo, los distintos impuestos (renta, patrimonio, bienes inmuebles, construcción, plusvalía) contemplan exenciones parciales o totales si las propiedades son patrimonio cultural o si hay una inversión privada en trabajos de conservación y gestión del patrimonio cultural (mecenazgos, donaciones...).

3) A través de la *regulación normativa*. Como es lógico, una política patrimonial necesita una cobertura legal que la ampare y, al mismo tiempo, que la legitime. Aquí es importante reclamar la necesidad de coordinación entre instancias (el hecho de que en Ecuador exista un Ministerio Coordinador de Patrimonio ya es, en sí, una profunda innovación institucional) para minimizar los efectos de la sectorialización de normativas, los solapamientos y vacíos legales. Al mismo tiempo, como ya se explicó al inicio, el sector del patrimonio es en buena medida dependiente de una demanda de bienes y servicios propiciada por un condicionamiento legal (evaluación ambiental, ordenación del territorio, leyes del paisaje). Por esto, es muy importante que haya coordinación entre los distintos instrumentos legales y que éstos respondan, además, a la política estratégica y no a las necesidades y requerimientos del sector privado (industrias extractivas, constructoras y promotoras inmobiliarias etc...). Es muy importante que el sector del patrimonio cultural se sienta arropado por las instituciones frente a otros sectores económicos con intereses antagónicos o incompatibles.

Por ello, la política patrimonial, inserta en una estrategia general de desarrollo, debe atender a las acciones concretas que reclaman el entrecruzamiento de todas las dimensiones del valor con las distintas fases de la cadena de valor; entrecruzamiento que se despliega, además, a partir de los diferentes tipos de innovación ya vistos (tecnológica, organizativa y social). En la figura 9 intentamos mostrar algunas de estas concreciones, en muchas de las cuales se constata que determinadas iniciativas acometidas en el Ecuador encajarían con los ítems reflejados en este cuadro (por ejemplo, el sistema de información ABACO se correspondería con el recuadro superior de la izquierda). Del mismo modo, en el extremo opuesto del cuadro, los principios estratégicos fijados en el PNBV 2013-2017 (SENPLADES, 2013) marcan los criterios para definir si las innovaciones sociales activadas en torno al patrimonio apuntan en la buena dirección.

Conclusiones

En poco espacio, hemos tratado de sintetizar algunos argumentos:

- 1) Que el patrimonio cultural tiene un valor económico: genera actividad económica por sí mismo y es un factor que estimula otras actividades (construcción, turismo cultural, sociedad del conocimiento, cultura como factor de innovación).
- 2) Que este valor económico del patrimonio cultural necesita ser ponderado en relación con otros usos del patrimonio para evitar procesos de mercantilización.
- 3) Que toda política patrimonial debe atender de forma integrada a las diferentes dimensiones del valor patrimonial, no sólo a la económica, a fin de viabilizar una estrategia de puesta en valor alternativa al modelo hegemónico y sus efectos sobre el patrimonio y las personas (trabajadores y usuarios),
- 4) y también alternativa a otros usos no sostenibles (manipulación identitaria, exclusión y gentrificación, homogeneización, instrumentalización, banalización).
- 5) Que el trabajo con el patrimonio es innovador desde cualquier punto de vista, y puede ser un yacimiento de empleo en ámbitos muy diversos (tecnologías, diseño, ciencia, consultoría, hostelería).
- 6) Que la política patrimonial necesita una cobertura estratégica, legal y financiera para garantizar que se llevan a efecto las acciones programadas y no es el mercado el que dicta las reglas.

Todo esto son conclusiones trazadas a vuelapluma, al hilo de una reflexión motivada por la demanda que se nos ha hecho desde la organización de este seminario, pero, al mismo tiempo, responden a procesos de producción de conocimiento y de reflexión teórica en los que los autores, y muchos de nuestros compañeros y compañeras del Incipit, estamos inmersos desde hace tiempo. El contexto en el que estas ideas, junto con muchas otras aportaciones, pueden ser sometidas a debate, el proceso de innovación social que está teniendo lugar en el Ecuador, no puede ser, para nosotros, más estimulante y esperanzador.

Bibliografía

Agenda del Consejo Sectorial del Patrimonio 2011-2013, Ministerio Coordinador de Patrimonio, 2011

Aitchison, Kenneth. Archaeology and the global financial crisis. *Antiquity*, 83, 319-332, 2009

Alonso Hierro, Juan y Martín Fernández, Juan, Un análisis económico en la conservación del patrimonio histórico en España, En *La Economía del Patrimonio Cultural, Patrimonio Cultural de España* 3: 77-88, Madrid, IPCE, 2010

Archibugi, D., Howells, J., y Michie, J. (Eds.). *Innovation policy in a global economy*. Cambridge University Press, 1999

Asheim, B., L. Coenen y J. Moodysson. Constructing knowledge-based regional advantage: implications for regional innovation policy, *Int. J. Entrepreneurship and Innovation Management*, Vol. 7, Nos. 2/3/4/5: 140-155, 2007

Azkarate Garai-Olaun, Agustín, Reflexiones desde una universidad que aún no existe, sobre patrimonio y socialización. (Un estudio de caso: Vitoria-Gasteiz, la ciudad de las tres catedrales). *XXXV Semana de Estudios Medievales de Estella. La Historia Medieval. Percepción académica y percepción social (21-25 de julio de 2008)*, Pamplona, Gobierno de Navarra: 285-304, 2009

Bakhshi, Hasan y Throsby, David, *Culture of Innovation: An economic analysis of innovation in arts and cultural organisations*, London, NESTA, 2010

Ballart, Josep, *El patrimonio histórico y arqueológico: valor y uso*, Barcelona, Ariel, 1997

Barreiro, David. Arqueología aplicada y patrimonio: memoria y utopía, *Complutum* Vol. 23 (2): 33-50, 2012

Barreiro, David. *Arqueológicas. Hacia una arqueología aplicada*, Barcelona, Bellaterra, 2013

Becheikh, N., Landry, R., y Amara, N. Lessons from innovation empirical studies in the manufacturing sector: A systematic review of the literature from 1993–2003. *Technovation*, 26(5), 644-664, 2006

Berman, Marshall. *Todo lo sólido se desvanece en el aire*, México: Siglo XXI, 1988

Birkinshaw, J.; Hamel, G.; Mol, M. (2008). Management innovation. *Academy of Management Review*, 33, 825-845, 2008

Castilla del Pino, Carlos, La memoria y la piedra, En Gopnzález A., castilla del Pino C. y Fernández A., *Patrimoni: Memoria o malson?*, *Memoria 1990-1992*, Barcelona: Diputació de Barcelona: 9-15, 1995

Cotec, *Innovación en el sector del patrimonio histórico*, Informes sobre el sistema español de innovación, Madrid, Fundación Cotec para la innovación tecnológica, 2010

Criado, Felipe, Hacia un modelo integrado de investigación y gestión del Patrimonio Histórico: La cadena interpretativa como propuesta, *Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, 16: 73-8, 1996a

- Criado, Felipe, El futuro de la arqueología, ¿la Arqueología del Futuro?, En *Trabajos de Prehistoria* 53, (1): 15-35
- Criado-Boado, Felipe y Barreiro, David, El Patrimonio era otra cosa, *Revista de Estudios Atacameños. Arqueología y Antropología Surandinas*, 45: 5-18
- Cuesta Ana; Dimuro J.; Gianotti C.; Muttoni M., De la investigación a la construcción participativa del patrimonio. Un programa de educación patrimonial y divulgación de la cultura científica en Uruguay. *Arkeos* 4 (11), 2009
- Cunningham, S. From cultural to creative industries: Theory, industry, and policy implications. *Media International Australia Incorporating Culture and Policy: Quarterly Journal of Media Research and Resources*, pp. 54-65, 2002.<http://eprints.qut.edu.au/588/>
- Chapain, C; Comunian, R. Enabling and Inhibiting the Creative Economy: The Role of the Local and Regional Dimensions in England", *Regional Studies*, 44(6): 717- 734, 2010
- Damanpour, F. Organizational innovation: A meta-analysis of effects of determinants and moderators. *Academy of management journal*, 34(3), 555-590, 1991
- Darvill, T., *Monuments Protection Programme. Monuments Evaluation Manual. Parts I and II*, London, English Heritage, 1994
- Drejer, I. Identifying innovation in surveys of services: a Schumpeterian perspective. *Research Policy*, 33(3), 551-562, 2004
- Ettlie, J. E., y Rosenthal, S. R. Service versus Manufacturing Innovation. *Journal of Product Innovation Management*, 28(2), 285-299, 2011
- EUROPEAN Comission, *Guide to Social Innovation*, 2013
- Eurostat pocketbooks. *Cultural statistics*. European Commission, Luxemburg, 2006
- Eurostat pocketbooks. *Cultural statistics*. European Commission, Luxemburg, 2011
- Fagerberg, J., Mowery, D. C., y Nelson, R. R. (Eds.). *The Oxford handbook of innovation*. Oxford Handbooks Online, 2006
- Florida, R. *The flight of the creative class*. Basic Books, New York, 2005
- González Méndez, Matilde, *Investigación y puesta en valor del Patrimonio Histórico. Planteamientos y Propuestas desde la Arqueología del Paisaje*. Universidade de Santiago de Compostela, Santiago de Compostela, 1999.
- Graham, B., Ashworth, G. J. y Tunbridge, J.E. *A Geography of Heritage: Power, Culture and Economy*, London, Arnold, 2000
- Grefe, Xavier, El patrimonio cultural: ¿lastre o motor de la economía en un contexto de crisis? En *La Economía del Patrimonio Cultural, Patrimonio Cultural de España* 3, Madrid, IPCE: 31-53 2010
- Grieffe, Alexis De y Maldonado, Óscar Javier, "Apropiación fuerte" del conocimiento: una propuesta para construir políticas inclusivas de ciencia, tecnología e innovación, En Arellano, Antonio y Kreimer, Pablo (Directores). *Estudio Social de la Ciencia y la Tecnología desde América Latina*: 209-262, Bogotá: Siglo del Hombre Editores, 2011
- Gurrutxaga, Ander y Echeverría, Javier, *La luz de la luciérnaga*, Madrid, Plaza y Valdés, 2012
- Harvey, David, *El enigma del capital y las crisis del capitalismo*, Madris, Akal, 2012

- Huyssen, Andreas, *En busca del futuro perdido. Cultura y memoria en tiempos de globalización*. Instituto Goethe, Fondo de Cultura Económica, México, 2002
- Jensen, M. B., Johnson, B., Lorenz, E. and Lundvall, B.A. Forms of knowledge and modes of innovation. *Research Policy*, 36: 680-693, 2007
- Kline, S. J., y Rosenberg, N. *An overview of innovation. The positive sum strategy: Harnessing technology for economic growth*, 14, 640, 1986
- Kosik, Karel, *Dialéctica de lo concreto*, México, Editorial Grijalbo, Colección Teoría y Práctica, 1967.
- Landry, R., Amara, N., y Lamari, M. Does social capital determine innovation? To what extent?. *Technological forecasting and social change*, 69(7), 681-701, 2002
- Lazzeretti, L. City of Art as a High Culture Local System and Cultural Districtualization Processes: The Cluster of Art Restoration in Florence. *International Journal of Urban and Regional Research* 27 (3): 635-648, 2003
- Lowenthal, David, *The Heritage Crusade and the Spoils of History*, London, Cambridge University Press, 2000
- Mason, Randall, Assessing Values in Conservation Planning: Methodological Issues and Choice. En *Assessing the Values of Cultural Heritage. Research Report* (M. De la Torre, ed.), Los Angeles, The Getty Conservation Institute: 5-30, 2002
- Mulgan, Geoff; Tucker, Simon; Ali, Rushanara; Sanders, Ben. Social Innovation. What is, why it matters and how it can be accelerated. *Skoll Centre for Social Entrepreneurship. Working Paper*. Oxford Said Business School, 2007
- Murray, Robin; Caulier-Grice, Julie y Mulgan, Geoff, *The Open Book of Social Innovation*, London, NESTA, 2010
- Nora, Pierre, Between Memory and History: Les Lieux de Memoire, *Representations* 26: 7-24, 1989.
- OCDE. *Manual de Oslo*. Paris: OCDE. <http://www.ttgov.org.tr/UserFiles/File/OSLO-EN.pdf>, 2005
- Parga-Dans, Eva, *Innovación y emergencia de un servicio intensivo de conocimiento: el caso de la arqueología comercial*, Tesis doctoral, Universidade de Santiago de Compostela, 2011
- Parga-Dans, Eva y Varela-Pousa, Rocío, Caracterización socioeconómica de la Arqueología Comercial española. Resultados de la primera encuesta nacional dirigida a empresas del sector, *Complutum* 22 (1): 9-25, 2011
- Parga-Dans, E., Martín-Ríos, C., y Criado-Boado, F. La Innovación Organizativa y de Gestión como Motor de Dinamización Empresarial, *Journal of Technology Management & Innovation*, 8(2): 132-143. 2013.
- Phills, J. A., Deiglmeier, K., y Miller, D. T. Rediscovering social innovation. *Stanford Social Innovation Review*, 6(4), 34-43, 2008
- Potts, J.D. Art and innovation: an evolutionary economic view of the creative industries. <http://www.abp.unimelb.edu.au/unesco/ejournal/pdf/art-innovation.pdf>, 2007
- Rausell, Pau (Coord), *La cultura como factor de innovación económica y social*, Valencia, Econcult – Instituto Interuniversitario de Desarrollo Local (IIDL) – de la Universitat de València, 2012
- Rausell, P.; Marco, F. El sector de la cultura como sector estratégico en el cambio del modelo productivo. Análisis de la productividad. En Hernández-Pavón, E. (Ed.), *Economía y empleo en la cultura*. Instituto Andaluz de las Artes y las Letras, Sevilla, 83-110, 2011

Rose, Gillian, Place and Identity: A sense of place, En Massey, D y Jess, P (Eds), *A Place in the World? Places, Cultures and Globalization*: 88-106, Oxford, The Open University, 1995

Samuel, Raphael. *Teatros de la memoria, vol I, Pasado y presente de la cultura contemporánea*, Valencia, Universidad de Valencia, 2008

SENPLADES, *Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017: Construyendo un Estado Plurinacional e Intercultural, Versión Resumida*, Quito, 2009

Serrano, Pascual, *La comunicación jibarizada*, Madrid, Península, 2013

Schumpeter, J.A., *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle*, Cambridge, MA, Harvard University Press, 1934.

Smith, Laurajane, *Uses of Heritage*, London, Routledge, 2006

Smith, Laurajane, El "espejo patrimonial". ¿Ilusión narcisista o reflexiones múltiples? *Antípoda Revista de Antropología y Arqueología*, 12: 39-63, 2011

Sundbo, J. *The strategic management of innovation*. Edward Elgar Publishing, Incorporated, 2001

Towse, R., *A Handbook of Cultural Economics*, Cheltenham, 2003

Ugarte, David de, *El Poder de las Redes*, Biblioteca de las Indias Electrónicas, 2011

Vicente, Eva, Análisis y evaluación de políticas culturales: las Políticas del Patrimonio Histórico, *Anales de estudios Económicos y Empresariales*, vol XVIII: 263-312, 2008

Vienna Declaration: The most relevant topics in social innovation research, Challenge Social Innovation, 2011

Vuyst, Petrus A. de, Hacia una Gestión Local Sustentable del Patrimonio Cultural en Ecuador, *Patrimonium* nº 4: 30-40, 2013

VV. AA, *Capitalismo cognitivo, propiedad intelectual y creación colectiva*, Madrid, Traficantes de sueños, 2004.

VV.AA. *Patrimonio e Innovación, Patrimonio Cultural de España 4*, Madrid, IPCE

VV. AA. *Ecuador Debate*, 84. Centro Andino de Acción Popular. Quito, Ecuador, 2011

Wilson, N.C.; Stokes, D. Managing creativity and innovation. The challenge for cultural entrepreneurs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 12 (3): 366-378, 2005

Yproductions, *Innovación en cultura. Una aproximación crítica a la genealogía y usos del concepto*, Barcelona, 2008

Figuras

CNAE 2009		CNO 2011	
181	Artes gráficas y servicios relacionados con las mismas	292	Escritores, periodistas y lingüistas
182	Reproducción de soportes grabados	293	Artistas creativos e interpretativos
264	Fabricación de productos electrónicos de consumo	291	Archivistas, bibliotecarios, conservadores y afines
268	Fabricación de soportes magnéticos y ópticos	421	Empleados de bibliotecas y archivos
322	Fabricación de instrumentos musicales	245	Arquitectos, urbanistas e ingenieros geógrafos
581	Edición de libros, periódicos y otras actividades editoriales	373	Técnicos y profesionales de apoyo de actividades culturales, artísticas y culinarias
591	Actividades cinematográficas y de vídeo y de programas de televisión	383	Técnicos en grabación audiovisual, radiodifusión y telecomunicaciones
592	Actividades de grabación de sonido y edición musical	762	Oficiales y operarios de las artes gráficas
601	Actividades de radiodifusión		
602	Actividades de programación y emisión de televisión		
741	Actividades de diseño especializado		
742	Actividades de fotografía		
900	Actividades de creación, artísticas y espectáculos		
910	Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales		

Figura 1: Clasificación del sector cultural. Fuente: Anuario de Estadísticas Culturales

Lo que quiere medir	Lo que mide	
PATRIMONIO	Actividades CNAE 93 vinculadas de forma total o parcial	
Actividades de protección de monumentos	9252	Actividades de museos y conservación de lugares y edificios históricos
Actividades de museos	9253	Actividades de jardines botánicos, zoológicos y parques nacionales
Actividades arqueológicas	7512	Regulación de las actividades sanitarias, educativas, culturales y otros servicios sociales, excepto seguridad social obligatoria
Actividades educativas	8021	Enseñanza secundaria de formación general
	8022	Enseñanza secundaria de formación técnica y profesional
	8030	Enseñanza superior
	8042	Enseñanza para adultos y otro tipo de enseñanza

Figura 2: Correspondencia entre actividades CNAE. Fuente: Cuenta Satélite de la Cultura en España.

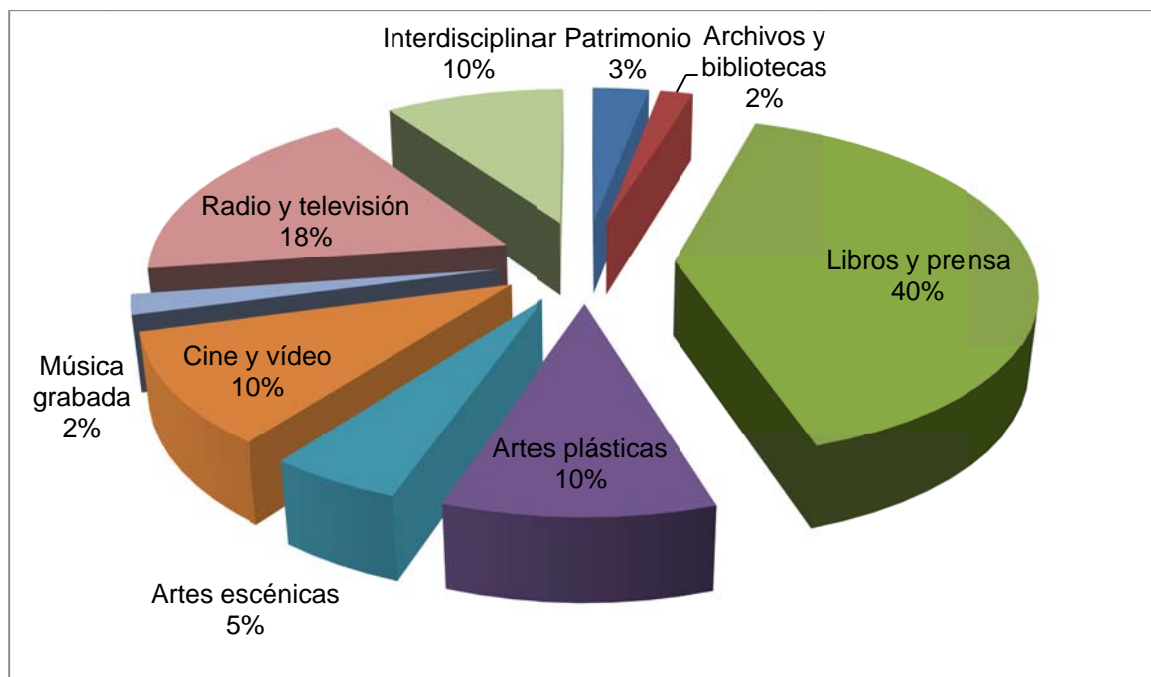


Figura 3: Distribución del porcentaje del PIB dentro del sector cultural. Fuente: Ministerio de Cultura. Cuenta Satélite de la Cultura en España. Avance resultados 2000-2009.

	Estados Unidos	Reino Unido	España
Normativa sobre gestión patrimonial	<i>National Historic Preservation Act</i> (1966)	<i>Planning Policy Guidance</i> (1990)	Ley de Patrimonio Histórico Español (1985)
Asociación reguladora de la profesión	<i>Society for American Archaeology</i> (SAA)	<i>Institute for archaeologists</i> (IFA)	Colegios de arqueólogos de carácter regional
Inversión anual	600 millones de dólares (2008)	100 millones de euros (2000)	37 millones de euros (2010) ^b
Mercado de trabajo	11.350 arqueólogos	7.000 arqueólogos	N.D. ^a
Número de empresas	130	100	273 ^b
Principales retos de la actividad	<ul style="list-style-type: none"> - Numerosos agentes dificultan la coordinación. - Amplia y ambigua normativa. - Mercantilización de la actividad 	<ul style="list-style-type: none"> - Dependencia de financiación pública. - Inestabilidad del personal. - Ausencia de recursos por la crisis económica. 	<ul style="list-style-type: none"> - Modelo de negocio vinculado a la construcción. - Ausencia de cuerpos reguladores. - Atomización del sector. - Limitada formación empresarial.

Figura 4. Comparativa de los modelos de arqueología comercial en Estados Unidos, Reino Unido y España. Fuente: Elaboración propia a partir de fuentes secundarias para el caso de Estados Unidos y Reino Unido.

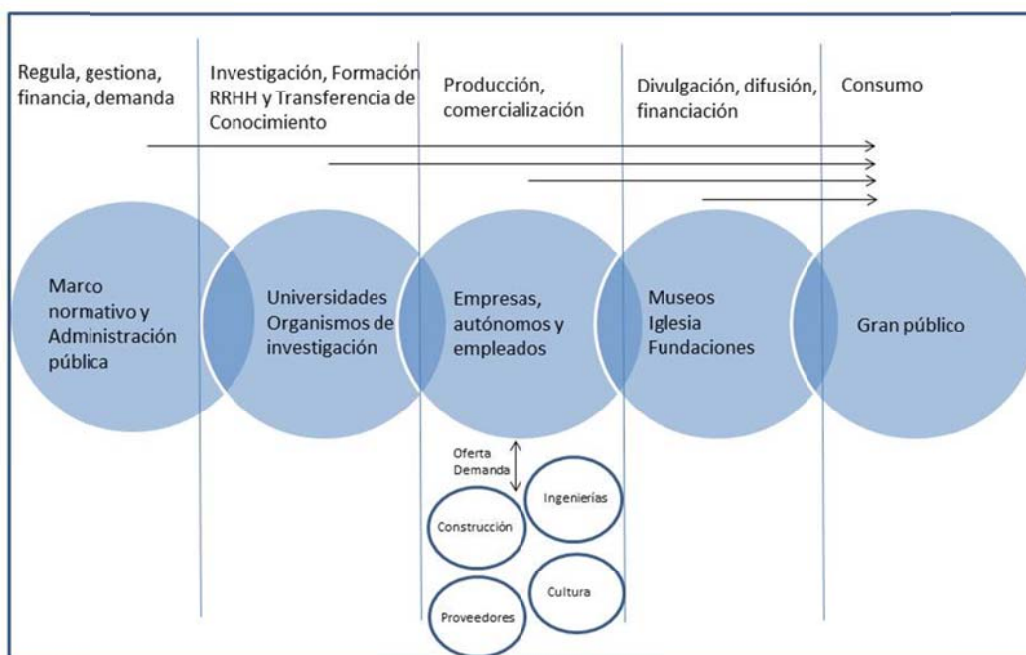


Figura 5. Caracterización del entorno institucional arqueológico español. Fuente: Elaboración propia a partir de las dinámicas de la Triple Hélice (Etzkowitz y Leydesdorff 1996).

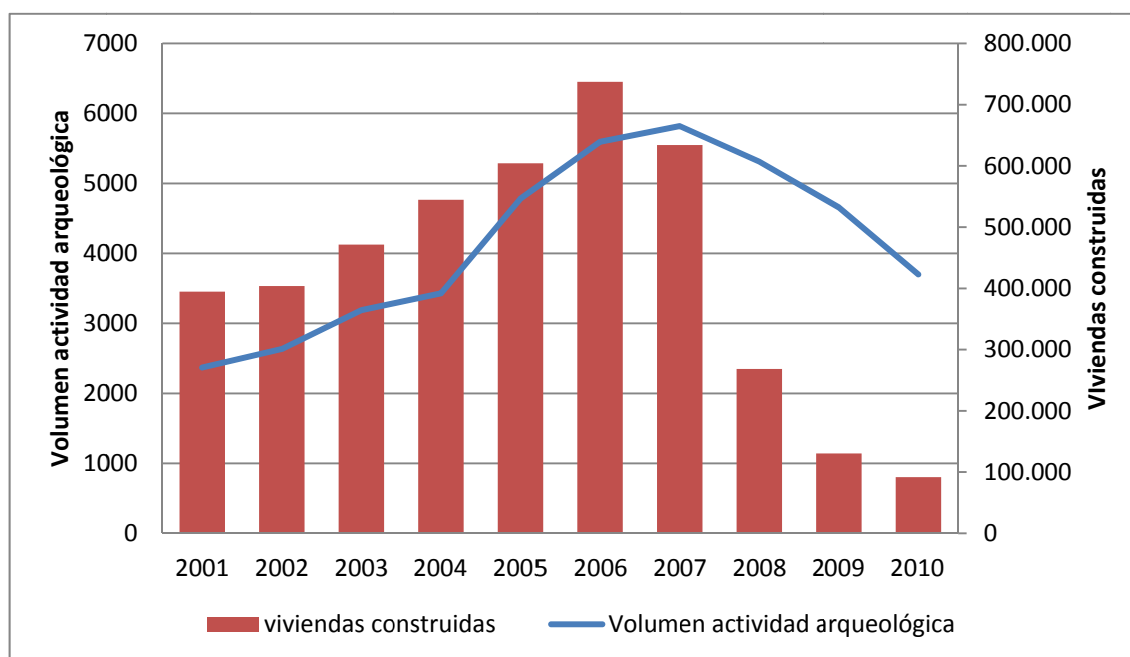


Figura 6. Actividad arqueológica y de la construcción en España (2001-2010). Fuente: Elaboración propia agregado de actividad arqueológica en las principales CC.AA. Datos facilitados por los Departamentos de Patrimonio. Número de viviendas construidas obtenido del Ministerio de Fomento (2011).

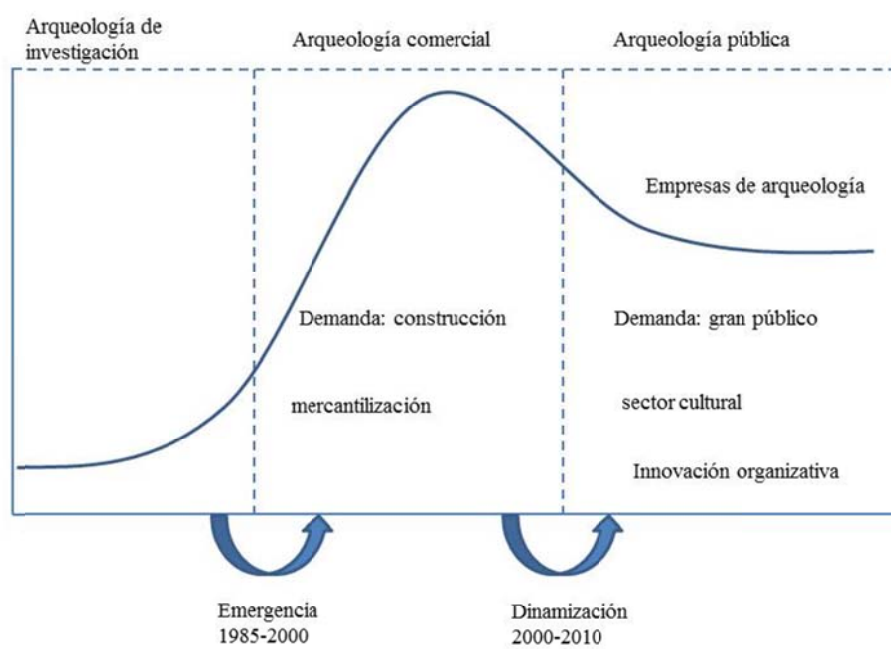


Figura 7. Dinámica empresarial del sector arqueológico español. Fuente: Elaboración propia.

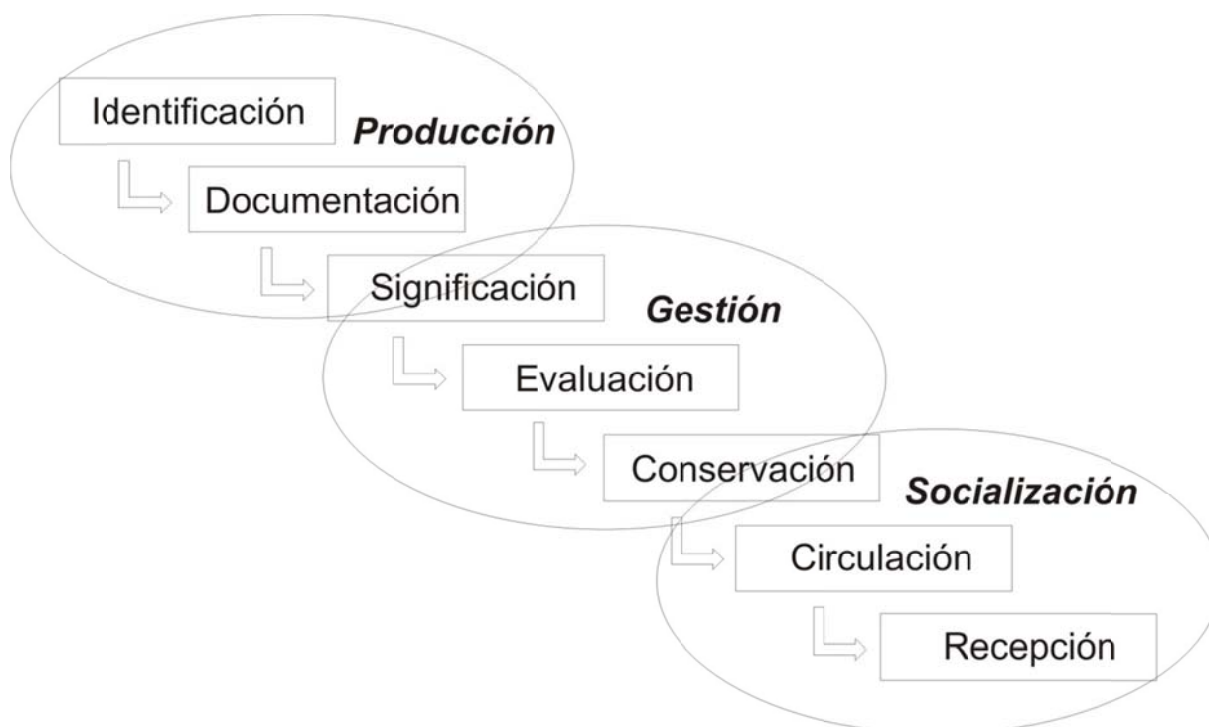


Figura 8. La cadena de valor del patrimonio cultural

Fase de la Cadena de Valor	Innovación tecnológica / DUI-Mode	Innovación de gestión	Innovación social
Identificación	Uso intensivo de tecnologías geoespaciales (teledetección) Tecnologías de registro audiovisual Minería de datos	Programas de identificación (proyectos de inventario y catalogación) Mejoras en los procesos de trabajo (estandarización)	Apropiación endógena del patrimonio Fomento del aprecio Multivocalidad y multiculturalidad
Documentación	Bases y bancos de datos	Inventarios y catálogos (resultado de los anteriores). Archivos Mejoras en los procesos de trabajo (estandarización)	Conocimiento tradicional del medio
Significación	Sistemas de información: uso analítico	Generación de modelos interpretativos, discursos y narrativas Procesos y estructuras de transferencia de conocimiento entre agentes del patrimonio (academia, administración, profesionales)	Construcción participativa del patrimonio Saberes ancestrales
Evaluación	Sistemas de información: gestión del cambio	Integración de la gestión del patrimonio en procedimientos ambientales y territoriales Procesos de evaluación del patrimonio: diagnósticos	Autogestión y control colectivo del patrimonio Pluralismo y participación democrática Corresponsabilidad
Conservación	Medición de parámetros ambientales, estructurales y de vigilancia Técnicas de restauración del patrimonio –limpieza, restitución-, y rehabilitación de espacios patrimoniales –estructura, condiciones ambientales-	Aplicación de procedimientos de gestión ambiental y territorial (seguimiento, monitorización, corrección de impactos) Procesos de evaluación del patrimonio: intervenciones	Sostenibilidad Creatividad laboral Participación
Circulación	TIC aplicadas a generación de contenidos y narrativas	Procedimientos de buenas prácticas en puesta en valor del patrimonio (adecuación, señalización, contenidos)	Acceso abierto al patrimonio Contribución constructiva al patrimonio
Recepción	Aplicación de nuevos paradigmas a los desarrollos y procesos tecnológicos	Diseño de políticas y normativas más avanzadas para la gestión del patrimonio	Diseño de políticas patrimoniales decoloniales y sostenibles Soberanía y empoderamiento

Figura 9: La cadena de valor y las innovaciones